



Fahrzeughörsen

Vertrauensbildung

Betrugsfälle im Internet häufen sich. Um dieser Entwicklung entgegenzutreten, verpflichteten sich Akteure auf der Automechanik auf den so genannten Internet-Kodex. Ein Bericht über sinkendes Vertrauen und steigende Konkurrenz im Netz.

GW-Verkäufe werden vorwiegend online angebahnt. Tendenz steigend. Um sicherzugehen, dass die bekannten Online-Fahrzeughörsen auch künftig vom wachsenden Kuchen profitieren, müssen sie den Kunden zusätzlichen Service und insbesondere mehr Sicherheit anbieten. Die Vorbehalte vieler Kunden gegenüber dem Kauf im Internet sind die gleichen wie vor zehn Jahren: Sie haben Angst übers Ohr gehauen zu werden. Der Bundesverband freier Kfz-Händler (BVfK) machte sich in der Vergangenheit wiederholt für einen sauberen An- und Verkauf im Internet

stark. Der Verband bietet seinen Partnern Tipps und geht gegen unseriöse Verkäufer vor. Zudem drängt er darauf, die Betreiber stärker in die Pflicht zu nehmen. Vorsätzliche Falschangaben sollen wirksamer sanktioniert und Opfern effektiver geholfen werden.

Am 10. September kam es zu einer Gerichtsverhandlung zwischen dem Bundesverband und dem Börsenbetreiber Mobile.de, hieß es in einer BVfK-Mitteilung. Dabei ging es um Prüfungs- und Haftungspflichten der Betreiber. Die Prüfungspflicht hatte das Gericht grundsätzlich bestätigt, doch in Sachen Haftungs-

pflicht bei Falschinserten keine detaillierten Vorgaben erlassen. Die Betreiber erkannten jedoch, dass hier Bedarf herrscht, wenn man die aktuellen Kunden auch morgen noch haben will.

Selbstverpflichtung

Auf der Automechanik hatten sich also einige Akteure auf einen so genannten Internet-Kodex geeinigt, der am 16. September in Kraft trat. Die Initiatoren verständigten sich auf verbindliche Verhaltensstandards für einen sicheren Wettbewerb im Internet-Fahrzeughandel,

sowohl für private als auch für gewerbliche Teilnehmer. Unterzeichner waren der ADAC, die Wettbewerbszentrale, das Deutsche Kfz-Gewerbe (ZDK) sowie die Autobörsen Autoscout24 und Mobile.de.

Die Vereinbarung legt unter anderem die Anforderungen an die Inhalte von Online-Inseraten fest. Hierfür wurden verbindliche Fahrzeugkategorien und -beschreibungen definiert. So gibt es beispielsweise ein Glossar, das die Begriffe „Neuwagen“, „Jahreswagen“ oder „Vorführwagen“ unterscheidet. Außerdem soll die Einigung klären, welche Inseratsangaben und Verhaltensweisen die Kfz-Händler beachten müssen. Dazu zählen vor allem die Einhaltung der Impressumspflicht, Angaben zum Kraftstoffverbrauch und zu CO₂-Emissionswerten sowie die Einhaltung der Pflichten nach dem Fernabsatzrecht. Künftig müssen die Endpreise, inklusive der Mehrwertsteuer oder Überführungskosten, angegeben werden. Damit werde man dem Auftrag des Verkehrsgerichtstags 2007 in Goslar gerecht, mit verbindlichen Verhaltensregeln unseriöse Anbieter und Anzeigen im Internet zu unterbinden, hieß es auf der gemeinsamen Pressekonferenz. Die beteiligten Autobörsen werden den Kodex in ihre AGB aufnehmen und damit die Verhaltensregeln für alle gewerblichen Anbieter verbindlich machen. Allerdings sind die Maßnahmen nicht verbunden mit einer Zertifizierung von Anbietern bzw. der Vergabe eines Gütesiegels für Anbieter.

Einige dieser Regelungen gab es schon in der Vergangenheit, doch versprachen die Vertreter der beteiligten Börsen, Nicola Carbonari (Autoscout24) und Stefan Gaul (Mobile.de), Verstöße künftig nach einem definierten Sanktionskatalog zu ahnden. Um Verstöße besser verfolgen zu können, sei das mit der Überprüfung betraute Personal aufgestockt worden. Zudem sollen die Möglichkeiten, unseriöse Angebote zu melden, vereinfacht werden. Laut Kodex verpflichten sich beide Unternehmen diese „schnellstmöglich“ zu löschen. Eine genaue Zeitangabe gibt es aber nicht. Der Kodex ist unter www.kfzgewerbe.de einzusehen.

Es liegt im Eigeninteresse der Betreiber, die Regelungen in den AGB aufzunehmen und Verstöße effektiv zu ahnden.



Gebrauchtwagen.de und Pkw.de wollen mit den Platzhirschen Autoscout und Mobile konkurrieren



Die Luft wird nämlich dünner. Noch dominieren die Portalbetreiber Autoscout24 und Mobile.de den Online-Gebrauchtwagenhandel.

Doch in Gestalt von Online-Auktionen oder den Portalen Pkw.de sowie Gebrauchtwagen.de bekommen die beiden zusehends Konkurrenz. Wenn etwa der virtuelle Hammer niedersaust und Fahrzeuge in rund 40 Sekunden den Besitzer wechseln, sind immer mehr Zukäufer am PC dabei.

Verstärkt Konkurrenz

Die Vorteile liegen auf der Hand: Es geht schnell, das Angebot ist riesig und die Auktionsanbieter sorgen für ein sicheres Geschäft (vgl. asp 8/2007). Bei Unternehmen wie BCA (autoauktionen.de), Auktion & Markt (autobid.de), Alpha Online Service (haendler-kfz.de) sowie Autorola gibt es einen eigenen B2B-Bereich. Weitere Wettbewerber sind die Plattformen Pkw.de und Gebrauchtwagen.de. Beide haben neben eingängigen Domainnamen

jeweils finanzstarke Unternehmen im Rücken: Erste sind im Besitz der Ströer-Gruppe, dem größten deutschen Außenwerber. Vorteil: umfangreiche Werbemöglichkeiten. Gebrauchtwagen.de gehört den Sparkassen. Als Teil der Bankengruppe kann das Portal die Käufer mit passenden Finanzierungskonzepten ködern.

Hierzulande wechseln jeden Monat 500.000 Pkw den Besitzer. Und nach Schätzungen des Center for Automotive Research (CAR) finden rund 85 Prozent dieser Transaktionen online statt. Größeres Umsatzpotenzial erzeugt mehr Konkurrenz. Was könnte diesem erhöhtem Druck Effektiveres entgegengesetzt werden, als gesteigerte Kundenzufriedenheit durch vertrauensfördernde Maßnahmen?
Martin Schachtner



Bilder: Autoscout24, Pro Motor

Mit-Initiatoren des Internet-Kodex (v.l.n.r.): Silvia Schattenkirchner (ADAC), Nicola Carbonari (Autoscout24), Stefan J. Gaul (Mobile.de), Andreas Ottofölling (Wettbewerbszentrale), Ulrich Dilchert (ZDK)